

УДК 379.83(476)

ОСОБЕННОСТИ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ*К.А. Коробейко, И.С. Малюк, 3 курс**Научный руководитель – Т.В. Ильючик, м.э.н.,**Полесский государственный университет*

Развитие туризма в Республике Беларусь является одним из приоритетных направлений социально–экономического развития страны. Туристический потенциал Беларуси отличается первозданностью природы и уникальностью историко–культурного наследия. Причины, сдерживающие развитие национального въездного туризма, требуют непосредственных мероприятий, которые помогут увеличить турпоток в Республики Беларусь.

В 2013 году Всемирным экономическим форумом был составлен рейтинг 140 самых привлекательных для путешественников стран. Беларусь – единственное государство на территории совре-

менной Европы, которому не удалось попасть в данный рейтинг. В минувшем году на каждого прибывшего иностранца приходилось пятеро выезжающих за рубеж белорусских граждан.

Согласно данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, количественный показатель прибывших иностранных граждан в 2012 году составил 118,7 тыс. чел., в том числе 96 тыс. из стран СНГ (Российская Федерация – 94,2 тыс. чел., Украина – 1,4 тыс. чел.). В 2013 году эти показатели увеличились до 136,8 тыс. чел., 114,2 тыс. чел., 111,3 тыс. чел., 2 тыс. чел. соответственно.

Страны–лидеры вне СНГ по числу посещений республики остались неизменными. Среди них Германия, Италия, Латвия, Литва, Польша, Великобритания и Турция. На долю этих стран в 2013 году приходилось 56,4% от общего числа туристов из стран вне СНГ (в 2012 году – 62,7 %).

Основной проблемой развития въездного национального туризма является отсутствие необходимой инфраструктуры, способной удовлетворить иностранного туриста (наличие отелей разных классов обслуживания и онлайн бронирование их на сайтах, приемлемая стоимость номеров и т.п.). По большинству компонентов и характеристик системы туристского обслуживания (уровень качества услуг, соотношение цена — качество, количество предприятий размещения и питания, состояние производства и торговли товарами для туристов, инфраструктура, кадровый потенциал, нормативная правовая база, характер и объемы финансирования туризма и т.д.) Республика Беларусь не достигла приемлемого уровня в соответствии с международной практикой. Материально–техническая база туризма на 70–80% нуждается в реконструкции.

Во–вторых, высокая цена и сложный порядок получения виз иностранцами также не способствуют привлечению иностранных туристов для устранения данной проблемы необходимо провести упрощение пограничных формальностей, снижение стоимости туристических виз и упрощение процедуры их получения, ускорение прохождения таможенного контроля для организованных туристских групп.

В–третьих, крайне низкая известность национальных достопримечательностей за рубежом ограничивает поток иностранных посетителей в Беларусь. В настоящее время слабо развита система маркетинга национального туристского продукта и его продвижения на мировом и внутреннем рынке, низок туристский рейтинг Республики Беларусь, отсутствует реальное сотрудничество с зарубежными фирмами и международными туристскими организациями. Причиной слабого развития в Беларуси въездного международного туризма является неэффективное использование турресурсов, недостаток информации и слабая рекламная деятельность. Реклама — это высококвалифицированная работа, требующая воображения и чрезвычайно хорошо выраженных креативных способностей. Известно, что реклама является рискованной составляющей любого бизнеса. Это означает, что она может привлечь новых клиентов и привести к дополнительной прибыли, и, наоборот, к отрицательному результату, т. е. падению объема продаж.

В настоящее время в Беларуси реализуется государственная программа развития туризма на 2011–2015 годы. Следует подчеркнуть, что целью госпрограммы является создание благоприятных условий для формирования эффективного конкурентоспособного туристического рынка, который может обеспечить широкие возможности удовлетворения потребности белорусских и иностранных граждан в туристических услугах. Реализация программы позволит стимулировать развитие сферы услуг, гостиничного хозяйства, транспорта, связи, торговли и общественного питания, строительства и реконструкции автомобильных дорог, благоустройства населенных пунктов, производства сувенирной продукции и создать условия рационального использования объектов историко–культурного и природного наследия страны.

Известно, что крупные спортивные мероприятия привлекают наибольшее количество туристов. Немалую роль в этом играют спортивные объекты, а также качественное проведение мероприятия. Одно из главных ожидаемых событий в Беларуси — чемпионат мира по хоккею 2014 привлечет большой поток туристов. Немаловажной датой также является 70–летие освобождения Беларуси от немецко–фашистских захватчиков и столетие с начала Первой мировой войны. Накануне данных событий было разработано большое количество новых маршрутов.

Въездной туризм в Республике Беларусь значительно уступает выездному. Поэтому целью государственной программы развития туризма на 2011–2015 годы является создание благоприятных условий для удовлетворения потребностей иностранных граждан в туристических услугах. Проводятся мероприятия по устранению причин, препятствующих развитию национального туристического продукта. Предполагается, что после проведения знаменательных событий 2014 года Беларусь станет более посещаемой, узнаваемой и популярной среди иностранных туристов. Поэтому главной задачей специалистов в сфере туризма и гостеприимства является предоставление каче-

ственных услуг, благодаря которому у гостей нашей страны сложится положительное мнение о стране и культуре в целом. Положительным является тот факт, что сборная Республики Беларусь успешно выступила на Олимпийских играх в Сочи. Завоевав 5 золотых и 1 бронзовую медали, Беларусь заявила о себе на весь мир как спортивная страна. Это стало рекламой и чемпионата мира по хоккею, который пройдет с 9 по 25 мая в Минске.

Список использованных источников

1. Почему иностранные туристы объезжают Беларусь стороной? // Республика Беларусь. Государство для народа: [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <http://www.probelarus.ru/> Дата доступа: 12.03.2014.
2. Туризм в Республике Беларусь. // Национальный статистический комитет Республики Беларусь: [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by>. Дата доступа: 12.03.2014.
3. Смольникова В. И./ Креатив как творческая составляющая конкурентоспособной рекламы в Республике Беларусь – Беларусь в современном мире = Беларусь у сучасным свеце: материалы XII Международной конференции, посвященной 92–летию образования Белорусского государственного университета, 30 октября 2013 г. / редкол.: В. Г. Шадурский [и др.]. — Минск: Изд. центр БГУ, 2013. — 351 с.